

**Погонцева Д.В.**

## Представления современной молодежи о внешней красоте женщины

*В данной статье поднимается проблема современных представлений о внешней красоте женщин. Проведен анализ описаний внешней красоты женщины студенческой молодежью г. Ростова-на-Дону. Выделены основные характеристики описания женской красоты.*

**Ключевые слова:** *внешняя красота, пропорции, симметрия, волосы, глаза, представления.*

В последнее время все чаще учеными различных областей знаний поднимается проблема изучения представлений об идеальной внешности и красоте, что диктуется активным развитием рекламы косметических средств, фитнес-центров, спа-салонов, пластических операций. Каждая вторая реклама демонстрирует современные «идеалы красоты», стандарты, к которым следует стремиться. Следует также подчеркнуть, что в данном контексте мы говорим об эстетическом идеале как об образе «должной красоты», который существует в сознании человека, являясь «высшим субъективным критерием эстетического отношения к действительности во всех его видах» [2, с. 8]. В свою очередь внешний облик – это конструкт, который является полисемантическим, ценностно-смысловым образованием, на интерпретацию которого влияет весь комплекс характеристик ситуации общения, встроенной в определенный социокультурный контекст. В.А. Лабунская [1] указывает на то, что внешность личности определяется как совокупность устойчивых (физиогномика, индивидуально-конституциональные характеристики человека), среднеустойчивых (оформление внешности: прическа, косметика, украшения, одежда) и динамических параметров выражения (экспрессивное, невербальное поведение), организующихся в пространственно-временные структуры и перестраивающихся по ходу развития психофизиологических, психологических и социально-психологических компонентов структуры личности миром. Таким образом, можно отметить, что современная «индустрия красоты» влияет не только на изменения среднеустойчивых и динамических параметров, но и активно влияет на устойчивые параметры (фигура, телосложение). Чтобы наглядно подтвердить данное предположение, мы подняли вопрос о представлениях современной молодежи о внешней красоте. Более того, мы можем предположить, что именно молодежь станет ретранслятором тех представлений об «идеальной внешности» которые существуют в современной рекламе и СМИ. Большинство авторов (Л. Кирквуд, Т. Лъечти, Д. Синг и другие [3, 4, 5]) рассматривали различные аспекты влияния СМИ на отношение людей к себе, собственному телу и красоте в целом. Однако в России данный аспект оставался малоизученным.

Для рассмотрения представлений современной молодежи о внешней красоте женщины, нами были опрошены студенты различных ВУЗов г. Ростова-на-Дону



(ЮФУ, ДГТУ, РГСУ). В исследовании приняло участие 341 человек, из них 134 молодых человека и 207 девушек, в возрасте от 16 до 25 лет. Студентам предлагалось дать свободное описание внешне красивой женщины. Все полученные результаты были подвергнуты частотному анализу, после чего проранжированы и проанализированы. В данной статье хотелось бы выделить некоторые выводы.

Из 341 человека 14 человек не дали ответа (7 девушек и 7 молодых людей), за отсутствие ответа также считались ответы «все женщины красивы» и «такая, как моя девушка/мама/бабушка». Таким образом, в дальнейшем анализировались ответы 327 человек. Всего было названо 1498 позиций, описывающих различные аспекты внешности «красивой женщины». При этом молодые люди давали меньше количество ответов (средняя частота ответов 3,96); в то время, как у девушек средняя частота ответов 4,97.

Нами были выделены три наиболее часто повторяющиеся характеристики: волос (вьющиеся, длинные, здоровые, пушистые, короткие, темные, светлые); фигуры (хорошая, правильная, «гитара», «песочные часы», стройная); глаз (большие, выразительные, миндалевидные, цвет) (данные представлены в таблице 1).

Таблица 1

*Частота выбора характеристик внешнего облика*

	характеристики волос (%)	характеристики фигуры (%)	характеристики глаз (%)
Ж	65	61	47
М	61	50	32
Всего	63	55	41

Таким образом, мы можем отметить три наиболее значимые характеристики в описании внешности красивой женщины: волосы, фигура и глаза. Следует так же подчеркнуть, что большинство рекламных сообщений содержат эти характеристики, однако, наравне с этим данные характеристики, точно также описываются и в сказках, как русских, так и народов Европы. Интересно отметить, что одни и те же респонденты указывали на то, что внешне красивая женщина должна обладать пропорциями 90-60-90 (9 ответов) и при этом иметь узкую талию (7 из 9 ответов). Таким образом, можно уверенно говорить о том, что данные пропорции «взяты» из СМИ и рекламы, при этом респонденты не представляют, как именно эти пропорции выглядят. Таким образом, мы можем говорить о том, что молодежь репрезентирует стереотипы, существующие в обществе и рекламе.

Другие характеристики встречались значительно реже, однако, учитывая, что вопрос был открытым, такая частота выбора является значимой и показательной. Более того, если принимать во внимание более редкие ответы, возможно, построить некий образ, который существует в сознании современной молодежи.

Это высокая или среднего роста (72 ответа) девушка, с симметричным/пропорциональным телосложением (50 ответов), с длинными волосами (78 ответов),



с темными волосами (50 ответов), ухоженная (77 ответов), с большими глазами (39 ответов), с «модельной» или спортивной фигурой (30 ответов).

Однако определить истоки возникновения данных представлений очень сложно. Можно предположить, что современная молодежь синтезировала знания, полученные из сказок и русского фольклора, с одной стороны, и знания, полученные из современной рекламы и СМИ, с другой стороны.

### **Литература**

1. Лабунская В.А. Экспрессия человека: общение и межличностное познание. – Ростов н/Д: Феникс, 1999. – 608 с.
2. Столович Л.Н. Категория прекрасного и общественный идеал. – М.: Изд-во Искусство, 1969.
3. Kirkwood L. An Artist's Perspective on Body Image, the Media, and Contemporary Society // Journal of Nutrition Education and Behavior. – Vol. 37. – Supplement 2. – November-December 2005. – P. 5125-5132.
4. Liechty T. Body image and beliefs about appearance: maternal influences and resulting constraints on leisure of college-age women // A thesis submitted to the faculty of Brigham Young University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Science. – Department of Recreation Management and Youth Leadership Brigham Young University. – April 2004.
5. Singh D. An evolutionary theory of female physical attractiveness // Psi Chi. – Vol. 10. – N. 3. – P. 18-19, 28-31.